

釜ヶ崎におけるダークツーリズムのあり方

- 観光客・現地住民へのインタビュー調査を通して -

○青木 蒔紘 (Mahiro AOKI)

(立命館大学政策科学部政策科学科)

キーワード：釜ヶ崎、ダークツーリズム

1. 本研究の目的

大阪府西成区にあり、日雇い労働者の街（通称ドヤ街）として知られる釜ヶ崎は、路上生活者や生活保護受給者の多さから、偏見や差別の目を向けられてきた。

そのような背景がある釜ヶ崎への観光は「死や苦しみと結びついた場所を旅行する行為」を指す「ダークツーリズム」として論じられる。釜ヶ崎におけるスタディーツアーを研究した須永(2016)は、「貧困」というダークな側面が観光資源となるダークツーリズムが、自己と他者という関係を越えて、地続きの存在として捉え直すことにつながると指摘する。また、須藤(2016)は、ダークツーリズムは「負の側面」を観光資源化し「消費」することで、偏見を解消する可能性がある」と論じている。

そこで、本研究では釜ヶ崎における偏見の解消と歴史的背景の認知を目指し、政策的アプローチとしてのダークツーリズムのあり方について論じる。

なお、今回の議論では、好立地かつ低料金での宿泊を目的とした外国人バックパッカーは議論の射程に含めず、国内の観光客を取り扱うこととする。

2. 研究手法

本研究では、観光客と住民の双方を調査対象とした。観光客への調査は釜ヶ崎へ観光経験がある人(n=17)にアンケート調査を行い、釜ヶ崎で出会った観光客(n=13)にインタビュー調査を行なった。観光客に対しては主に 1. 観光の目的 2. 現地の人に対するまなざしについて尋ねた。なお、これらは量的な分析を行うことは目的としておらず、現状に質的に迫ることを目的としている。

住民に対してのインタビューでは、釜ヶ崎で飲食店を経営する方に、匿名という形でご協力いただいた。この調査では、特に質問項目を設けることはせず、約 10 時間にわたるインタビューをし、重要な論点を明らかにした。

また、筆者は 4 日間にわたって釜ヶ崎を参与観察しつつインタビューを行った。これらの観察も交えつつ考察を行うこととする。

3. 観光客への調査

3.1 観光の目的

調査の結果、釜ヶ崎への観光の目的は 1 ダーク

性 2 聖地巡礼 3 性風俗の利用に分類できる。

1 ダーク性を目的とした観光客は、いずれもメディアなどを通してダーク性を認知している。その上で「異なる文化を知る」といった学習の側面を発現させるか、「怖いもの見たさ」といった覗き見行為としての側面を発現させていた。

2 聖地巡礼を目的とした観光客は、釜ヶ崎中心にディープな場所に潜入する YouTuber のジョーブログ氏や、西成区出身のヒップホップ MC の SHINGO★西成氏などが訪れた場所の巡礼行為を行っている。

3 性風俗の利用に分類される観光客は、若者の観光客を中心に一定数みられる。学界において、釜ヶ崎及び西成地区が持つダーク性は「貧困」「暴動」「犯罪」に見出されてきたが、「性風俗」をダーク性に含めるかについては議論の余地がある。

3.2 住民へのまなざし

調査では「釜ヶ崎の人々はどうのような人々だと思うか」という回答の自由度を担保した質問を投げかけることで、観光客が住民に対して向けるまなざしに迫った。

回答は、大きく分けて 2 つに分類できる。1 つめは住民という「集団」に対して、1 悲しみ・同情 2. 恐怖・嫌悪 3. 好意・肯定というようなまなざしを持つものである。2 つ目は、一枚岩ではない住民に対して、4. 善人と悪人 5. 苦しむ人楽しむ人など、個別性を評価するものがある。

住民が一枚岩ではないということを前提に置くことは、釜ヶ崎のスティグマを解消しつつダーク性から目を背けないことにつながるのではないかと。

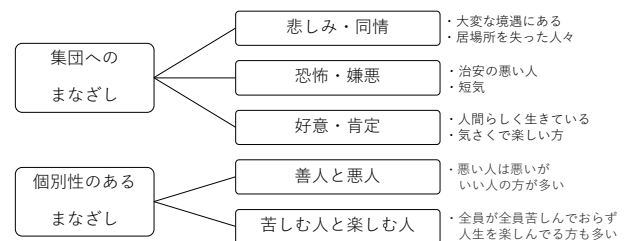


図1 住民へのまなざしの分類

また、これらの分類とは別に、「思っていたよりも普通であった」という、観光前・観光後のまなざしの変化を前提とした回答が一定数あったことは特筆すべき点である。この回答における「普通」という言葉は、他者であった住民へのまなざしが

融解したと考うるものである。

4. 住民へのインタビュー

ここでは飲食店を経営する住民(Aさんとする)との議論を通して明らかになった釜ヶ崎へのダークツーリズムの現状と課題を、議事の総括のような形で論じる。

4.1 住民と観光客の希薄な関係性

住民の所感では、近年メディアで取り上げられるような若者の観光客は、増えてはいるが「多い」ものではないとAさんは指摘する。さらに、著名人の聖地巡礼の対象となっている飲食店を除けば、観光客と住民が関わることは限定的となるようで、観光客と住民は絶妙な棲み分けを行なっている。

4.3 メディアによる地域社会への還元

メディアによる影響はAさんから見ても大きく、観光に影響を与えているようだ。特にソーシャルメディアの影響は大きく、YouTuberのジョーブログ氏や、ヒップホップMCのSHINGO★西成氏といった著名人が取り上げた店を巡礼する若者は多い。これらは地域経済に対し、観光が貢献しうるところである。さらに、炊き出しの様子をライブ配信するような内容の動画が、個人スポンサーに対して協賛を促し、炊き出しの食事の質が向上したという例があるようだ。

4.4 メディア主導型ダークツーリズムの限界

一方で、メディアをフックとする観光には、目的を固定化してしまう側面がある。経済的な恩恵を受けているのはYouTubeに取り上げられた店舗のみであるし、YouTubeの影響を受けた観光客が、同じような場所を訪れる「観光のパッケージ化」が進みつつある。

さらに、ソーシャルメディアによる釜ヶ崎の取り上げられ方は必ずしも好意的なものではない。例えば、住民のトラブルを取り上げるアカウントも存在し、それらが釜ヶ崎への偏見を助長している可能性がある。Aさんは「ネット上で流通しているイメージほどは危険ではない」と指摘をしている。

ソーシャルメディアの集客効果は認められるものであるが、研究の文脈において期待されるような、釜ヶ崎への歴史的な理解を自発的に促すことは困難であると考えられる。そのため、政策的な介入を伴い、問題解決の指向性のあるダークツーリズムを検討する必要がある。

4.3 新今宮ワンダーランドの失敗

行政主導のダークツーリズム政策である「新今宮ワンダーランド」もインタビューの中で議論となった。

新今宮ワンダーランドは大阪府が電通に受注した、釜ヶ崎のイメージを向上させるためのPR事業である。インタビューの中でAさんは本事業に対して一定の評価をおいているように見受けられた。特に、あまり紹介されることのない釜ヶ崎の

歴史についてウェブサイト上で取り扱っている点や、事業の中で実施されているツアーのガイドを「釜ヶ崎強い当事者性を持つ」ありむら潜さんをはじめとする人々が勤めている点は、メディア主導型では実現し難い魅力である。

しかし、新今宮ワンダーランドPRの一環として、エッセイストの島田彩氏がnoteに公開した「釜ヶ崎のホームレス男性とデートをする」という内容の記事が炎上した。この炎上にはさまざまな要因が指摘されているものの、「当事者性をもたない」存在からの不適切なプロモーションが大きな要因であったと考えられる。

プロモーションという外部へ意味付け行為において「当事者性」が失われていたこと、さらにはPR力が弱く知名度が上がらなかったことが重なり、本政策は失敗と評されるようになった。

センシティブな領域であるダークツーリズムにおいて、当事者性は重要な要素となりうる。Aさんは「当事者が関わると互いのラベリングは外しやすいかもかもしれない」と語った。

観光客が住民に対してまなざしを向けるように、住民側からのまなざしもまた異人である観光客にまなざしを向ける。両者が互いにラベルを張り合うという状況の中で、当事者性を持つ人物がPRをすることは住民が納得感を得るという点でも意義がある。

5. 考察と政策提案

最後に、釜ヶ崎へのダークツーリズム政策のあり方を整理する。

アンケート調査及びインタビュー調査から、現在の釜ヶ崎へのダークツーリズムは限定的ではありながらもスティグマの解消や、まなざしの変容に寄与しているという可能性が示した。

一方で、現代のメディア主導型のダークツーリズムでは釜ヶ崎への歴史的な理解を自発的に促すことは難しい。そこで、新今宮ワンダーランドで行われていたような当事者がガイドを務めるツアーや歴史教育をダークツーリズム政策として打ち出し、広く認知される必要がある。

しかし、釜ヶ崎への観光の目的は一枚岩でなく、広い層へのリーチが課題となっている。そこで、釜ヶ崎観光への影響が認められるソーシャルメディアを利用しつつ、高い認知度と強烈な当事者性を持つSHINGO★西成氏のような人物をプロモーションで起用することで、広い認知と、住民からの合意、炎上におけるリスクヘッジを達成できる可能性がある。

参考文献

- (1) 須藤廣(2016):ダークツーリズムが持つ現代性と両義性、立命館大学人文科学研究紀要、110号、p.85-100.
- (2) 須永和博:(2016):他者化に抗する観光実践 釜ヶ崎のまちスタディ・ツアーを事例として、観光学評論、4巻1号、p.57-69.